

ご挨拶

謹んで新春のお慶びを申し上げます。この度、東京都中小企業振興公社タイ事務所では、タイの最新情報やタイ事務所の活動内容をお伝えする「TOKYO SME News Letter タイ通信」をスタートしました。都内中小企業の皆様のタイに関する情報収集にご活用いただければ幸いです。よろしくお願い致します。 - 2022年1月吉日 -

Overview

2021年タイの景気動向の振り返りと今後の見通し



買い物客で賑わうバンコクのショッピングモール内 (2021年12月某日)

タイ国家経済社会開発委員会 (NESDC) は昨年11月15日、2021年の実質GDP成長率の見通しについて1.2%、2022年を3.5~4.5%と予測しました。新型コロナワクチン接種率の上昇などによる国内需要の回復、好調な輸出、政府の積極的な財政出動などによりプラス成長を予測しています。

中でも私たちが注目しているのは食品業界の動きです。タイでは毎年菜食週間 (キンジェー) があり、豆腐など植物由来の食品は受け入れられやすい環境がありますが、昨年は特に植物性食品 (植物由来の代替肉、パテやナゲットなど) の発売が目立ちました。タイの食品大手企業各社が国内外の市場拡大を視野に植物性食品の研究開発や製造強化、外国の食品製造企業への投資などを行っているニュースも頻繁に取り上げられています。

また、近年は消費者の健康志向の高まりにより、糖類・塩分・

脂質などの少ない健康に配慮した商品も注目されており、既存の食品の味やコスト面の壁を越えられる研究開発や技術力を持つ企業との提携ニーズも増えてきています。東京都中小企業振興公社タイ事務所では食ビジネスに関するマッチング支援も行っております。ご関心がある企業様は是非お問合せください。

さて、食品産業もそうですが、都内中小企業の皆様にとっては、今後タイでどのような分野でビジネスチャンスがあるのかということも大いに気になるところではないでしょうか。そこで、第1回目のタイ通信では、2021年12月に開催しましたオンラインセミナー「ポストコロナを見据えた、タイにおけるビジネスチャンスの獲得」について報告いたします。皆様の今後のタイでのビジネス展開に是非ご活用ください。

Tokyo SME 活動報告

12/9 (木) 開催セミナーレポート

ポストコロナを見据えた、 タイにおけるビジネスチャンスの獲得

Tokyo SME Support Center
主催 公益財団法人東京都中小企業振興公社 | 協力 タイ工業省

— ポストコロナを見据えた、
タイにおけるビジネスチャンスの獲得 —

2021年12月9日(木) zoom
15:00~16:40 (日本時間) | 13:00~14:40 (タイ時間)

工業大臣
スリヤ・ジュングルンルアンキット氏

LINE MAN Wongnai
Head of Public Affairs
イサザ・バイリー・パーリース氏

Mediator Co., Ltd. | CEO
ガンタートン・ワンナワス氏

2021年12月9日(木)に 当公社主催のオンラインセミナー「ポストコロナを見据えた、タイにおけるビジネスチャンスの獲得」を開催しました。

本セミナーでは、タイ工業省のスリヤ大臣、LINE MAN Wongnai社の広報責任者イサリヤ氏、Mediator社の代表ガンタートン氏に登壇いただき、タイ王国の成長戦略や、タイのビジネス概況と成長企業のビジネス戦略、タイにおける日本企業の有望性などについてお話いただきました。ここでは、本セミナーの概略をレポートいたします。

BCG (バイオ・循環型・グリーン) 経済

これまでタイのビジネスにおいては、タイランド4.0やEEC (東部経済回廊) というキーワードが目立ち、タイ政府が掲げる10の重点産業が奨励されていました。しかし、COVID-19のパンデミックによりタイの強みは農業や食品であるということを改めて認識し、タイ政府は国内経済回復と環境対策のために新たにBCG経済を国家目標として策定しました。

対象産業は、以下4つ。

1. 農業・食品
2. 医療・医薬品
3. エネルギー・素材・バイオ化学
4. 観光・創造経済

日本が技術や強みを持っているのは1~3と想定されます。これらはタイ企業が日本を含め外国企業に非常に期待をしている分野でもあり、今後タイでビジネスを展開する上でポイントとなるでしょう。

タイ経済と企業の動向

製造業

製造業は、COVID-19拡大の初期は大きな打撃を受けましたが、回復は早く、2021年は増収増益となった企業が多く見られました。製造業の延長線で注目すべきは電気自動車 (EV) です。タイで時価総額ランキング1位のPTT社が、2021年9月に台湾のFoxconn社とEV生産の覚書を締結し、大きなニュースとなりました。EV生産とそれに付随するバッテリー関連事業への関心は非常に高く、参入しようとしているタイの大手企業も目立ってきています。ただし、こうしたタイ企業の多くはバッテリー関連の技術は持っておらず、技術を持っている外国の企業との提携ニーズが増えています。

タイで今注目すべき企業は中国企業です。中国の自動車メーカー長城汽車 (GWM) は、タイでの製造・販売を本格化させ、近くEVの投入も計画している業績が好調な企業です。

環境・CO2

昨今、SDGsに力を入れているタイ企業は多く、大手企業各社は環境問題に関する目標を掲げ、実現しようとしています。そこにはビジネスチャンスがたくさんあり、日本企業との協業に期待ができます。先ほどのEVと同じくタイ企業は共創できる技術やノウハウを持った外国の企業を求めているからです。

農業・食品加工

農業や食品加工は、COVID-19の影響を受けて再認識したタイの得意分野です。食品加工品の輸出額は増加しており、さらに植物性食品も近年タイの大手企業が注力している分野です。タイには豊富な植物資源があるものの、こうした技術を持つタイ企業はまだ少ないため、技術を持っている企業に投資をして、将来量産するための技術を確認しようとする動きがあります。

タイ国内にある外国企業の動向

タイ国内にある外国企業の動向として、「中国の存在感」は押さえておくべき重要なポイントです。先述したGWMもそうですが、このような勢いのある中国企業のタイ進出が目立っています。タイは、産業の高度化を図るために、日本企業の製造拠点としての役割に加えて、台湾や中国、韓国、その他欧米企業との関係も強化していかなければいけない時期に差し掛かっています。こうした動きの中で日本企業はいかに情報をキャッチして適応能力を高くしていくかが今後求められるでしょう。

成長企業のビジネス戦略

LINE MAN Wongnaiの事業概要とパートナーシップについて

LINE MANは、2016年にWongnai社 (レストラン) とLINE社 (ソフトウェア)、Lalamove社 (ドライバー) の3社がパートナーシップを組み、LINE Thailand社のビジネスユニットとしてスタートしました。2020年にBRV Capital Managementから1億1,000万

USドルの出資を受け、LINE社とWongnai社の合併企業としてLINE MAN Wongnai社が誕生し、当時IT業界で大きな話題となりました。主なサービスとしては、LINEMANがデリバリーサービス、Wongnaiはレストラン検索やレビュー、予約関連のサービスを提供しています。月間のアクティブユーザーは、LINE MANが600万人、Wongnaiが1,400万人。



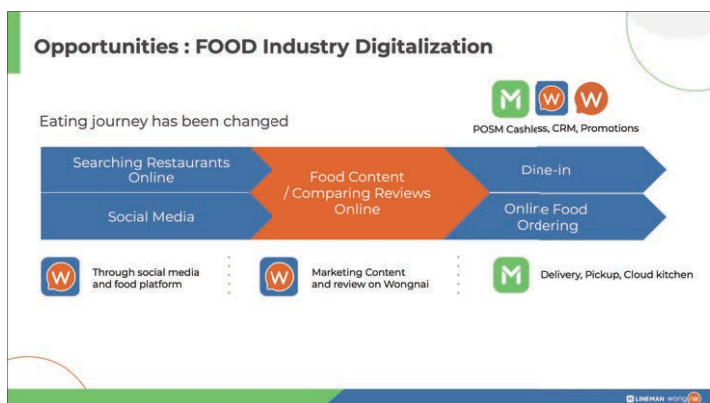
出所：LINE MAN Wongnai

LINE MANは、全国79県中77県、全国の4分の1にあたる222の郡や市をカバーし、屋台フードなども含め70万店舗が加盟しています。バンコクも地方もライフスタイル自体は大差なく、デリバリー需要は高いため、今後も地方にリーチアウトしていくことを目指しています。

コロナ禍での成長の鍵は変化への対応

ここ数年でタイ人の食事のライフスタイルは一変しました。COVID-19感染防止の規制によるロックダウンで、レストランでの店内飲食は不可になり、デリバリー需要は一気に加速。今ではニューノーマルなライフスタイルとなりました。人々のライフスタイルの変化にあわせて、レストラン側も販売チャネルの一つとしてLINE MANのプラットフォームに移行してきています。

また、Wongnaiはオンラインメディア事業だけでなく、レストランと直接取引をしており、POSやCRMなどのソリューション提供しているため、レストランはマネジメントを向上できます。LINE MANは、レストランから食事をユーザーに届けるというO2O (Online-to-Offline) トランザクションを提供しており、ユーザー情報の蓄積があります。レストランへはユーザーの好みなどの情報を提供することができ、ユーザーにもサンプリングなど効果的なプロモーションを実施できます。



出所：LINE MAN Wongnai

ドライバーには、安心して働けるよう福利厚生として車両保険や業務中の傷害保険、COVID保険を提供しており、ドライバーの自主的なボランティア活動の資金サポートも行っています。

時代に合わせたニーズを的確に把握し、LINE MANとWongnaiの各々のサービスの強みを最大限に活かすことで、エコシステムの中でのシナジー効果が生まれ、成功へ繋がった好例と言えます。

タイ市場への参入のチャンスとは

LINE MAN Wongnai社は、日本のリクルート社とも事業提携しており、日タイの企業の協業の成功例と言えます。日本側はテクノロジーと資金を提供、一方でユーザーのライフスタイルや行動様式を把握しているタイ側は、マーケティングや現地のローカルレストランとの交渉を担当することができます。地方のライフスタイルもバンコクに近似してきていますが、民間企業はまだ地方のユーザーにリーチできていません。タイ企業とパートナーを組むことで日本企業にもこうしたマーケット参入のチャンスが見えてくるでしょう。

まとめ

1

新たに進出する日本企業にタイ企業が期待することは、タイの人たちが自分たちでできない研究開発や技術。特にBCG経済に関連する技術を持っていれば、それを中心に展開することが可能。

2

日本以外の外国企業のタイ進出が目立つ中、日本企業はタイ国内の外国企業の情報をキャッチして適応能力を高めていく必要がある。

3

コロナ禍での成長の鍵は変化への対応。日本企業がタイ市場へ参入する場合は、ローカルユーザーにリーチ出来るなど、自社にない強みを持ったタイ企業とパートナーを組むこともポイントとなる。

問合せ先

Tokyo SME Support Center Thailand Branch Office

東京都中小企業振興公社 タイ事務所

20th Floor, Interchange 21 Bldg, 399 Sukhumvit Rd,

Klongtoey Nua, Wattana, Bangkok 10110 Thailand

TEL : +66-(0)2-611-2641

E-mail : thai-branch@tokyo-kosha.or.jp

Website : <http://www.tho.tokyo-trade-center.or.jp/>

Website

